

## ABSTRAK

Keberadaan distro menjadi sebuah *trendsetter* untuk menghadirkan gaya berbusana anak muda dengan berbagai macam keunikan dan kelebihan. Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui media komunikasi pemasaran apa saja yang digunakan Slackers dalam meningkatkan loyalitas pelanggan dan Untuk Menganalisis komunikasi pemasaran Slackers dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif diskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan mengadakan wawancara dengan pihak *Owner* Slackers, Bagian administrasi, dan pelanggan Slackers. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber. Data yang telah dikumpulkan . kemudian dianalisis secara kualitatif dan dijelaskan dalam bentuk uraian yang disusun secara detail dan sistematis. Dalam penelitian ini, Slackers merupakan perusahaan yang menggunakan tipe pemasaran sasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Slackers telah melakukan fungsi komunikasi pemasaran. Semua variabel dari *marketing mix* dan *promotion mix* dilakukan oleh Slackers. *Promotion mix* yang dilakukan oleh Slackers mengarah pada promosi penjualan, *advertising*, *sponsorship*, *direct marketing*, publisitas. Mampu mencapai tujuan adalah yang diharapkan setiap orang. Seiring dengan makin maraknya pertumbuhan Distro dan Clothing Company, Slackers Distro yang mempunyai orientasi ke depan mempunyai rencana untuk meraih kesuksesan dan tidak menutup kemungkinan untuk menjadi salah satu tujuan utama anak – anak muda maupun keluarga datang ke Yogyakarta.

## ABSTRACT

The existence of distributions becomes a trendsetter for the present style of dress of young people with a variety of merits. The purpose of this study was to find out what marketing communications media are used Slackers in increasing customer loyalty and marketing communications for Analyzing Slackers in increasing customer loyalty. The research method used was qualitative descriptive. Techniques of data collection is done by conducting interviews with the Owner Slackers, The administration, and customer Slackers. Validity in this study using the technique of triangulation sources. The data have been collected. then analyzed qualitatively and described in terms of description and systematically arranged in detail. In this study, the Slackers is a company that uses a type of targeted marketing. The results showed that the Slackers have done the marketing communications function. All variables of the marketing mix and promotion mix done by the Slackers. Promotion mix by Slackers leads to sales promotion, advertising, sponsorship, direct marketing, publicity. Is able to achieve the expected goals of each person. Along with the rampant growth in distributions and Clothing Company, which has a Distro Slackers future orientation has a plan for success and it is possible to be one of the main goals of children - young people and families come to Yogyakarta.